

2014-03-21

# el Consumo en los adolescentes de entre 15 a 18 años de edad

Girardi, Leonardo José

---

<http://rpsico.mdp.edu.ar/handle/123456789/87>

*Descargado de RPsico, Repositorio de Psicología. Facultad de Psicología - Universidad Nacional de Mar del Plata. Inni*

## Capítulo III

### Metodología

## 1. Metodología.

El presente trabajo pretende indagar las características de la conducta de compra en adolescentes marplatenses de entre 15 y 18 años de edad, tomando como referencia teórica la oposición conceptual: compra impulsiva versus compra planificada. En relación al objeto de investigación, conducta de compra, se pretende además explorar, la actitud que manifiestan los jóvenes hacia el dinero, teniendo en cuenta la oposición conceptual entre actitud austera y actitud hedonista.

El diseño metodológico utilizado para abordar la problemática en estudio se compuso del modo que se detalla a continuación.

## 2. Objetivos:

### 2.1. Objetivo General

- Explorar el consumo de los adolescentes marplatenses de entre 15 y 18 años de edad

### 2.2. Objetivos específicos

- Indagar las características de la conducta de compra de los adolescentes marplatenses de entre 15 y 18 años.
- Explorar la actitud hacia el dinero que manifiestan los jóvenes.

- Observar similitudes y diferencias en la conducta de compra de los jóvenes según variables socio-demográficas como género, nivel socio-económico, disposición de ingresos propios etc.

### 3. Recolección de Datos.

#### 3.1. Fuentes e instrumentos.

El trabajo de campo elaborado para alcanzar los objetivos propuestos, requirió del aporte de datos obtenidos mediante un cuestionario socio-demográfico, la administración de la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo y la Escala de Actitud hacia el Endeudamiento. Además se obtuvieron datos cualitativos de informantes clave, personas que trabajan diariamente con adolescentes a través de la administración de un cuestionario diseñado por los investigadores.

#### 3.2. Forma de administración de los instrumentos

Se administró el cuadernillo de instrumentos a cada uno de los jóvenes de la muestra con el fin de obtener la información requerida.

Las encuestas fueron administradas durante el transcurso de una jornada hábil, en una escuela secundaria de la ciudad de Mar del Plata, Escuela de Educación Secundaria N° 3, ubicada en Av. Juan B. Justo 745. Se dispuso de un salón de la escuela que estaba a la vista de los estudiantes del secundario superior, 4<sup>a</sup>, 5<sup>o</sup> y 6<sup>o</sup> año. Los jóvenes se acercaban espontáneamente a nuestra mesa de trabajo, conformando

grupos heterogéneos de distintas edades, sexo, etc. A cada grupo se les explicó de manera general el objetivo del estudio para que no interfiera con la administración de las escalas. A continuación se entregó a cada joven un cuadernillo que contenía el cuestionario socio-demográfico y las dos escalas aplicadas. Los administradores estuvieron presentes durante la aplicación, aclarando posibles dudas a los jóvenes.

Se administró la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998) instrumento que explora la organización de la conducta de compra en el consumo, al discriminar entre actos de consumo racionales, planificados y auto-controlados, y actos de consumo impulsivos. Posee dos sub-escalas. La denominada reflexiva (consumidor eficiente y eficaz) y la impulsiva (consumidor poco eficaz). El factor Conductas reflexivas de consumo, que explica el 32,23 % de la varianza, está compuesto por 15 ítems. El segundo factor se denomina Tendencia a Conductas Impulsivas de Consumo y está compuesto por 4 ítems que permiten explicar el 28,75% de la varianza.

A continuación se administró la Escala de Actitudes Hacia El Endeudamiento (Denegri, Palavecinos y Ripoll 1998) que permite evaluar si las personas aceptan el crédito como un aspecto relevante de los patrones de consumo o si se trata de una conducta económica evitable. Está compuesta por dos sub-escalas. El primer factor se denomina Estilo Actitudinal Austero y permite explicar el 36,98% de la varianza. Las respuestas que señalan estar de acuerdo con las afirmaciones de este factor

permiten establecer un perfil actitudinal del consumidor que se enfrenta con cautela al endeudamiento y con una actitud orientada hacia un manejo tradicional de los recursos financieros, basado en el ahorro y la evitación del crédito.

El segundo factor se denomina Estilo Actitudinal Hedonista y permite explicar el 21, 32 % de la varianza. Las respuestas afirmativas hacia este factor estructuran un estilo en el que predominan actitudes positivas hacia el uso del crédito y el endeudamiento. A partir de los resultados obtenidos en esta escala se pretende deducir la actitud que expresan los jóvenes hacia el dinero.

Finalmente se administró a 6 preceptores (un docente por cada año desde 1º a 6º) el cuestionario diseñado por los investigadores, a través del cual se exploró la percepción que los adultos tienen acerca de la conducta de compra de los estudiantes.

#### 4. Determinación de muestra.

La muestra está conformada por 200 jóvenes escolarizados de la ciudad de Mar del Plata, quienes están cursando la escuela secundaria obligatoria. Los estudiantes aceptaron participar de manera voluntaria en la investigación.

Se seleccionaron para el presente trabajo jóvenes de entre 15 y 18 años de edad, quienes están cursando el nivel Secundario Superior (4º,5º y 6º año) El motivo de esta selección radica en la posibilidad de explorar la

temática en una población que se encuentra transitando la última etapa de la adolescencia.

#### 5. Descripción de la muestra.

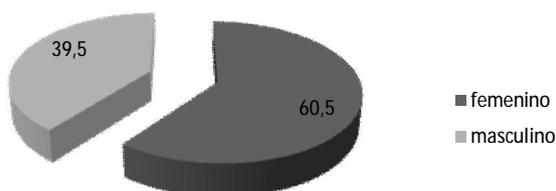
La muestra indagada quedó conformada por un total de 200 jóvenes estudiantes de escuela secundaria, de ambos sexos, de entre 15 y 18 años de edad.

**Tabla 1. Distribución de la muestra total según género**

Genero	F	%
Fem.	121	60,5
Masc.	79	39,5
Total	200	100

Se observa que el sub-grupo mayoritario pertenece al género femenino (60.5%), mientras que el sub-grupo de varones representa el 39.5 % de la muestra total.

**Gráfico 1**  
**Distribución de la muestra según género**



**Tabla 2. Distribución de la muestra por edades**

Edad	F	%
15	35	17,5
16	55	27,5
17	69	34,5
18	41	20,5
Total	200	100

En la tabla N° 2, se observa que, por edad, el sub-grupo con mayor representación es el de 17 años (34.5%), seguido por el de jóvenes de 16 años (27.5%) y el sub-grupo de 18 años (20.5%). El sub-grupo minoritario es la de estudiantes de 15 años (17.5%).

**Tabla 3. Distribución de la muestra por edades y género**

Edad	Género	F	%
15	Fem.	24	12
	Masc.	11	5.5
16	Fem.	36	18
	Masc.	19	9.5
17	Fem.	42	21
	Masc.	27	13.5
18	Fem.	19	9.5
	Masc.	22	11

Combinando las variables género y edad, el sub-grupo mayoritario es la de mujeres de 17 años (21%), seguido por el de mujeres de 16 años (18%) y el de varones de 17 años (13.5%). El sub-grupo minoritario es el de varones de 15 años (5.5%)

**Tabla 4. Distribución de la muestra según grupo de convivencia**

<b>Grupo de convivencia</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Padres (con o sin hermanos)	118	59
Madre (con o sin hermanos)	70	35
hermanos	2	1
Otros familiares	8	4
amigos	1	0.5
solo	1	0.5

Se observa que el 59% de los jóvenes de la muestra vive con ambos padres, habiendo o no hermanos en el grupo conviviente. Le sigue el subgrupo que vive con su madre, habiendo o no hermanos en el hogar (35%). Un sujeto vive solo sin un adulto en su hogar (0.5%).

Un 59% de los jóvenes conviven en el marco de una familia nuclear biparental completa. El 98 % de los estudiantes convive con al menos 1 adulto responsable (padre, madre, tío/a, abuela/o)

La muestra da cuenta de la existencia de lo que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD 2004) denomina tejido social, o sea un conjunto de redes personales, categoriales, estructurales, formales y funcionales de iniciativas o asociativas y mixtas o inter-sistémicas que constituyen un activo para los individuos y la sociedad.

**Tabla 5. Distribución de la muestra según percepción del ingreso del grupo de convivencia**

<b>Percepción de ingreso en grupo convivencia</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
hasta 2.000 \$	39	19.5
de 2.001 \$ hasta 4.000 \$	96	48
de 4001 \$ a 6000 \$	36	18
de 6001 \$ a 8000	18	9
Más de 8.000 \$	11	5.5

En la tabla N° 5 se observa que por percepción de ingresos el subgrupo con mayor presencia es el de ingresos de 2.001 \$ a 4.000 \$ (48%),

seguido de aquel que percibe ingresos hasta 2.000 \$ (19.5%) y por el sub-grupo que percibe 4.001 \$ a 6.000 \$ (18%). El grupo minoritario percibe un ingreso mayor a 8.000 \$ (5.5%)

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) sostiene que la Canasta Básica Total (CBT) que mide la línea de pobreza para una familia argentina tipo es de 1.423,92 \$ (enero del 2012). Considerando este dato estadístico ningún joven estaría por debajo de la línea de pobreza.

A continuación se muestra la tabla N° 6 en la que se observa que tomando la variable percepción de ingreso, el grupo mayoritario está contenido en la categoría entre 2.001 y 4.000 \$ habiendo una mayoría de mujeres. Le sigue el sub-grupo cuya percepción de ingreso es entre 0 y 2000 \$. El grupo minoritario está contenido en la categoría más de 8.000 \$. Combinando las variables percepción de ingreso en el grupo conviviente y género, el sub-grupo mujeres que perciben un ingreso de entre 2.001 y 4.000 \$ es el mayoritario (28.5%). Le sigue el sub-grupo de varones que perciben un ingreso igual, entre 2.001 y 4.000 \$ (19.5%) y el sub-grupo de mujeres que perciben entre 0 y 2000 \$ (15.5%). El grupo minoritario está formado por varones que perciben un ingreso superior a 8.000 \$ (2.5%)

**Tabla 6. Distribución de la muestra según percepción del ingreso mensual en el grupo conviviente y género**

Percepción del ingreso	F	Género	F	%
entre 0 y 2000 \$	39	Fem.	31	15.5
		Masc.	8	4
entre 2001 \$ y 4000 \$	96	Fem.	57	28.5
		Masc.	39	19.5
entre 4001 \$ y 6000 \$	36	Fem.	19	9.5
		Masc.	17	8.5
de 6001 \$ a 8000	18	Fem.	7	3.5
		Masc.	11	5.5
Más de 8.000 \$	11	Fem.	6	3
		Masc.	5	2.5

A continuación se muestra la tabla N° 7 en la cual se observa que un 33.11 % de padres (varones) trabajan en empresas, fábricas, comercios, sistema financiero o sector servicios, mientras que el 19.4% trabaja en oficios varios y artesanías. El grupo minoritario (2.6%) de padres está desocupado, jubilado o pensionado. Es importante destacar que el 97.4% de los padres presenta ocupación laboral.

**Tabla 7. Distribución de la muestra según la ocupación de 154 padres (varones)**

Ocupaciones padres	1	2	3	4	5	6	7	8	9
F	27	0	15	26	51	30	1	0	4
%	17.5	0	9.8	16.9	33.11	19.4	0.6	0	2.6

*Código de referencia:* 1.Empleado de la administración pública.2.Docente.3.Profesionales independientes y técnicos especializados .4.Industria pesquera.5.Empleados, fábricas, comercio y sistema financiero, sector servicios.6. Oficios varios y artesanos .7.Jornalero, changas o trabajo por hora .8.Actividades artísticas y deportivas.9.desocupados, jubilados, pensionado.

**Tabla 8. Distribución de la muestra según la ocupación de madres 182 (mujeres)**

Ocupaciones madres	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
F	7	9	6	7	55	4	17	0	0	77
%	3.8	4.9	3.2	3.8	30.21	2.2	9.3	0	0	42.30

*Código de referencia:* 1.Empleado de la administración pública.2.Docente.3.Profesionales independientes y técnicos especializados .4.Industria pesquera.5.Empresas, fabricas, comercio y sistema financiero, sector servicios.6. Oficios varios y artesanías .7.Jornalero, changas o trabajo por hora .8.Actividades artísticas y deportivas.9.desocupados, jubilados, pensionado.10. Ama de casa

En la tabla N° 8, se observa que el grupo mayoritario de madres está conformado por amas de casa (42.30%). El 30.21 % de las madres están laboralmente ocupadas en empresas, fabricas, comercios, sistema financiero o sector servicios. El grupo minoritario (2.2%) agrupa a las madres que trabajan en el rubro oficios varios y artesanías. Un 57.41% de las madres trabajan fuera de sus hogares.

Si se interpreta que las ama de casa son económicamente inactivas (no perciben ingresos), el nivel de ocupación de los padres (97.4%) es casi el doble al de las madres (57.41%).

**Tabla 9. Distribución de la muestra según intención de continuar estudios superiores**

Intención de continuar estudiando	F	%
Si	174	87
No	26	13

Un elevado porcentaje de estudiantes tiene la intención de continuar estudios superiores (87%). Lo anterior indica la estimación positiva que el conocimiento y la formación profesional tiene para los jóvenes y sus familias.

**Tabla 10- Distribución de la muestra según intención de continuar estudios superiores y género**

<b>Intención de continuar estudiando</b>	<b>Si</b>	<b>%</b>	<b>No</b>	<b>%</b>
Mujeres	107	53.5	14	7
Varones	67	30	12	6
Total	174	87	26	13

En la tabla N° 10, se observa que el sub-grupo mayoritario está conformado por estudiantes mujeres que desean continuar sus estudios superiores (53.5%). El sub-grupo minoritario está conformado por varones que no desean continuar estudiando (6%).

**Tabla 11. Distribución de la muestra según auto-percepción del desempeño académico**

<b>Rendimiento escolar</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Mal	20	10
Regular	74	37
Bien	80	40
Muy Bien	26	13

En la tabla N° 11 se observa que el 40% de los estudiantes considera que su rendimiento escolar es bueno mientras que el 37 % lo considera regular. Entre los sub-grupos “bien” y “regular” se alcanza el 77 % de la muestra. El 13 % visualiza su rendimiento escolar como muy bueno. Solo el 10 % de los estudiantes considera su rendimiento escolar como malo.

**Tabla 12. Distribución de la muestra según ocupación proyectada para su futuro**

ocupación	1	2	3	4	5	6	7	8
F	13	31	112	0	21	14	0	9
%	6.5	15.5	56	0	10.5	7	0	4.5

*Código de referencia:* 1. Empleado de la administración pública. 2. Docente .3. Profesionales independientes y técnicos especializados .4. Industria pesquera. 5. Empresas, fabricas, comercio y sistema financiero, sector servicios. .6. Oficios varios y artesanos .7. Jornalero, changas o trabajo por hora .8. Actividades artísticas y deportiva

En la tabla N° 12 se observa que el grupo mayoritario (56%) está conformado por jóvenes que quieren ser profesionales independientes (arquitecto, abogado, psicólogo, contador etc.) seguido en segundo lugar por el sub-grupo de jóvenes cuyo objetivo es ser docente (15.5%). Solo un 7% de los estudiantes pretenden ejercer oficios o ser artesanos.

**Tabla 13. Distribución de la muestra de acuerdo a su condición laboral**

Condición laboral	F	%
Trabajó	46	23
Trabaja actualmente	48	24
No trabajo nunca	106	53

El 53% de los jóvenes no trabaja ni tiene experiencia laboral alguna mientras que un 24% trabaja actualmente. Un 47% de jóvenes trabaja actualmente o ha trabajado alguna vez.

**Tabla 14. Distribución de la sub-muestra de 48 jóvenes que trabajan de acuerdo a sus ingresos**

Ingresos propios	100 \$	500 \$	1000 \$	3000 \$	+ de 3000 \$
F	2	8	10	23	5
%	4.16	16.6	20.8	47.9	10.4

Entre los estudiantes que trabajan, el 47.9 % gana entre 1.000 y 3.000 \$ seguido por el sub-grupo que gana entre 501 y 1.000 \$ (20.8%).

En la tabla 15 se observa que el 56% de los jóvenes comenzaron a utilizar dinero entre los 9 y 13 años de edad. El grupo minoritario (2.5 %) comenzó a utilizar dinero entre los 13 y los 15 años.

**Tabla 15. Distribución de la muestra de acuerdo a la edad de inicio en el uso del dinero.**

<b>Edad</b>	<b>Hasta 5 a.</b>	<b>5 a 7 a.</b>	<b>7 a 9 a.</b>	<b>9 a 11 a.</b>	<b>11 a 13 a.</b>	<b>13 a 15 a.</b>
<b>F</b>	19	33	31	69	43	5
<b>%</b>	9.5	16.5	15.5	34.5	21.5	2.5

En el capítulo siguiente se expondrán los datos obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de investigación mencionados.